Construire un plan de communication externe percutant

Choisir les supports les plus adaptés aux objectifs de communication

▶ Pour qui ?

- Responsable de la communication externe, des relations publiques, des relations presse.
- Conseiller en communication, chargé du budget en agence.

▶ Prérequis

- Occuper la fonction de Responsable ou de chargé de la communication externe.

▶ Objectifs

- Aligner ses actions sur la stratégie de l'entreprise.
- Évaluer la communication externe existante.
- Élaborer le plan de communication externe avec méthodologie et rigueur.

▶ Bénéfices métier

- Acquérir les outils de communication externe permettant d'accroître la notoriété de l'entreprise.

Programme

1 Faire le bilan et évaluer les actions de communication externe de l'entreprise

- Réaliser le bilan des actions menées.
- Évaluer les résultats grâce aux outils pertinents :
  - études d'images ;
  - veille médiatique.
- Établir le diagnostic de sa communication externe :
  - points forts et points faibles.

2 Concevoir et rédiger le plan de communication externe

- Définir les objectifs de communication à partir du bilan et en lien avec le plan stratégique et/ou marketing de l'entreprise.
- Définir les cibles et le message.
- Maîtriser les outils de communication, savoir arbitrer efficacement entre les différents outils :
  - publicité et relations médias ;
  - lobbying et relations publiques ;
  - événementiel ;
  - promotion des ventes ;
  - marketing direct ;
  - e-communication...
- Définir le calendrier et les moyens à allouer en fonction des priorités stratégiques.

3 Mobiliser l'entreprise autour du plan de communication externe

- Faire du plan un temps fort de prise de recul et de débat.
- Choisir la ou les présentations appropriées.
- Présenter le plan au comité de direction et aux communicants de l'entreprise.

4 Mesurer les résultats des actions de communication pour ajuster le plan de communication

- Sélectionner les indicateurs de mesure.
- Réaliser un suivi des actions et partager les résultats.
- Instaurer une dynamique de mesure et d'amélioration.

Points forts

- **Une formation concrète** conçue et animée par un expert du domaine.
- **Une formation pratique et personnalisée** :
  - l'acquisition d'une méthodologie est illustrée par de nombreux exemples,
  - une étude de cas **"fil rouge"** permet de bien assimiler la démarche et les étapes,
  - chaque participant travaille sur son plan de communication externe (à apporter).
- **Un entraînement à la présentation orale et/ou écrite du plan**.

Pour aller + loin...

Nous vous conseillons de suivre, après cette formation : **Réussir manifestations et événements** (réf. 6399) p. 701 et **Sponsoring, mécénat, parrainage : mode d'emploi** (réf. 7749) p. 700.

2 JOURS

Réf. **6729**

50 €HT

1220 €HT

Paris	Lyon
10 fév > 11 fév	11 avr > 12 avr
4 avr > 5 avr	20 juin > 21 juin
6 juin > 7 juin	9 nov > 10 nov
1 sep > 2 sep	
13 oct > 14 oct	
28 nov > 29 nov	

Toutes nos formations font l'objet d'une évaluation « à chaud » à chaque fin de session et d'une évaluation « à froid » 3 semaines après la fin de la formation.
Sauf indication contraire dans le programme, nos formations ne demandent pas de prérequis particuliers.

© Cegos 2011